

## El sector turístico afronta la subida del IVA con cautela para no perder competitividad

01.09.2012 Europa Press

**El sector turístico español intentará encajar de la mejor manera posible el incremento del 2% del IVA que a partir del 1 de septiembre repercutirá en su actividad y que pasará de estar gravada del 8% al 10 %, aunque en algunas actividades el incremento se elevará hasta el 21%.**

Así mientras algunos subsectores como el hotelero o el ocio nocturno han anunciado que no tendrán más remedio que aplicar esas subidas a sus tarifas a partir del sábado, otros como la hostelería aseguran que asumirán la subida con el objetivo de no perjudicar al consumidor.

El sector turístico español estimaba a comienzos de julio que cada punto de incremento del IVA aplicado al turismo (actualmente en el 8%) supondría una caída de ingresos anuales de hasta 1.005 millones de euros para el conjunto de la actividad turística.

De ellos, 657 millones de euros corresponderían solo a la pérdida de divisas, por la mayor elasticidad con respecto al precio de los servicios turísticos vendidos al exterior. Sumando el menor gasto realizado por españoles y extranjeros supondría el 1% de la actividad turística.

Así aunque el vicepresidente ejecutivo de la Alianza para la Excelencia Turística (Exceltur), José Luis Zoreda, mostraba su satisfacción porque la subida del IVA sorteara el periodo estival, advirtió de que un incremento impositivo de estas características tendrá sin duda repercusiones "notables" para el sector.

"El encarecimiento de los servicios turísticos hará caer el consumo tanto de los españoles como de los extranjeros, lo cual repercutirá en la rentabilidad de forma que al final el sector será mucho menos pujante", explicó Zoreda quien recordó que el turismo es el principal sector exportador de España, con unos ingresos de 43.000 millones de euros en 2011.

Según Exceltur cada subida de un punto sobre el IVA actual provocaría una caída anual de hasta 9.365 empleos directos para el conjunto del sector turístico, a los que tendrían que añadirse los inducidos por terceros sectores que podrían verse afectados.

### Caída de inversión

El presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), Juan Molas, consideraba hace meses que la subida del IVA sería "un suicidio" para el sector.

"El turismo es un sector absolutamente exportador y lo que no podemos hacer es cargarle con impuestos, ya que lo que estamos haciendo es traer dinero de fuera y si le ponemos un impuesto es un arancel", ha subrayado.

Para el secretario de la patronal, Ramón Estalella, este incremento impositivo reducirá los ingresos del sector y, por tanto, hará caer la inversión. Así ha apuntado que hay estudios que estiman que la facturación caerá alrededor de 2.000 millones de euros por cada punto de subida del IVA.

En el caso de los hoteles esta subida de impuestos se podría traducir en una bajada de la calidad de los establecimientos, lo cual podría hacer que los establecimientos españoles dejarán de ser competitivos.

Los establecimientos hoteleros andaluces ya han anunciado que aumentarán sus precios con la subida impositiva al considerar que sus empresas no pueden asumir este incremento y muestran su esperanza en que el Gobierno "rectifique" tras comprobar que "la recaudación no aumenta" con esta medida.

### Las agencias

El sector de las agencias de viajes considera que la subida del IVA, en su caso del 18% al 21% no va a suponer un elemento especialmente "desincentivador" para la demanda turística.

En declaraciones a Europa Press, el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes y Touroperadores (CEAV), Rafael Gallego, señaló que cualquier subida del IVA afecta al sector y mermará sus ingresos pero asegura que el incremento que se registrará en la mayoría del sector turístico (del 8% al 10%) no lo va a perjudicar especialmente.

En cualquier caso piden un mayor apoyo al Gobierno para un sector que supone más del 11% del PIB, "más que otras industrias como la de la automoción que está recibiendo apoyos constantes desde el Gobierno central".

"El 40% de los turistas que llegan a nuestro país llegan a través de agencias de viajes españolas basándose en productos creados por éstas para venderlos fuera. Por tanto estamos exportando servicios y deberíamos recibir el mismo trato que otras industrias que se consideran netamente exportadoras", asegura Gallego.

La Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares (Aviba) y la Asociación Mallorquina de Atracciones Turísticas (Amat) han acordado asumir entre el 1 de septiembre y el 31 de octubre la subida de un 13% del IVA para "no perjudicar la temporada turística".

### Hostelería

El sector hostelero prevé contener el alza del IVA de manera generalizada "pese a que es un coste difícil de encajar", al tiempo que solicita al Gobierno que impulse políticas de reactivación del consumo.

El secretario general de la Federación Española de Hostelería (FEHR), Emilio Gallego, asegura, en declaraciones a Europa Press, que la hostelería es consciente de que el consumidor tiene menor renta disponible por lo que intentarán minimizar el impacto final en los precios evitando trasladar el incremento de costes al usuario.

La mayor preocupación en el sector se centra en el segmento del ocio nocturno, sobre todo las discotecas, cuya fiscalidad pasará del tipo reducido del 8% hasta el 21%, "aquí será difícil encajar el incremento que es más del doble cuando los márgenes están ya tan ajustados".

Además este segmento está especialmente afectado por la oferta irregular "que está haciendo mucho daño al sector y a la imagen turística de nuestras ciudades".

En este contexto, el secretario de la FEHR ha avanzado que los hosteleros van a proponer iniciativas para animar al consumo como la celebración del Día de la Tapa el próximo 29 de septiembre en locales de más de 20 ciudades, a precios populares.

El Grupo Vips, que cuenta con 325 establecimientos con enseñas como Vips, Ginis, The Wok o Starbucks Coffee, ha anunciado que devolverá a los 2,2 millones de clientes que son socios de su programa de fidelización el coste de la subida del IVA hasta fin de año. Además mantendrá el precio de los menús del día en todos sus restaurantes.